

学校编码: 10384

学号: X200415315



分类号_____密级_____

UDC_____

廈門大學

碩 士 学 位 论 文

全业务运营下的集团客户支撑体系研究
The Operation Support System of Group Customer Service
for Converged Services

陈向荣

指导教师姓名: 彭丽芳 教授

专 业 名 称: 工商管理 (MBA)

论文提交日期: 2009 年 7 月

论文答辩时间: 2009 年 月

学位授予日期: 年 月

答辩委员会主席_____

评 阅 人_____

全业务运营下的集团客户支撑体系研究

陈向荣

指导教师: 彭丽芳 教授

厦门大学

2009 年 7 月

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学博硕士论文摘要库

论文摘要

2008年5月电信业重组后，形成了中国电信、中国移动、中国联通三家通信运行商，随着3G牌照的发放，三家通信运营商以集团客户为核心围绕着全业务展开了激烈的竞争。对于各运营商来说，如何应用eTOM来建立自己的集团客户支撑体系，打造一流的运维管理系统，是实现从优秀到卓越的关键；如何将国际规范最先进的技术和管理理念运用在企业实践中，打造一流的运营支撑系统，是提高核心竞争力的关键。本文针对电信行业重组背景下的电信企业全业务运行的特点，分析了集团客户市场的竞争环境，研究制约中国移动开展集团客户运行的关键因素，提出了集团客户支撑体系建设的目标和方向。

本文使用eTOM模型理论，通过分析模型中的各个不同的流程模块，结合作者在中国移动的长期工作经验，对理论模型中与集团客户支撑相关的功能模块组进行了详细的研究，提出了从集团业务开通、集团业务服务保障、综合网管系统建设和综合资源系统建设四个方面进行集团客户支撑体系的建设，为集团客户市场的开拓、维护、运营建立一个横向、纵向全流程贯通的运营支撑体系。

本文研究采用了描述性的研究方法，在对eTOM理论模型进行研究后，对全业务运营中存在的实际问题进行描述说明，通过揭示现有系统和业务之间的矛盾，根据理论模型和逻辑分析，提出了构建一个完整的集团客户支撑体系所需要的各个功能模块，并给出了实施的步骤和建议。

关键词：电信重组；全业务；集团客户；eTOM；

厦门大学博硕士论文摘要库

Abstract

The telecommunication industry restructured in May of year 2008, since then there have been three main telecommunication operators in China. They are China Telecom, China Mobile and China Unicom. With the release of 3G licenses, these three operators compete heavily in converged services especially in Group Customer Services. For the operators, how they apply ETOM to establish their own process architecture, and making their own top-ranking operation management system, is the key factor to improve themselves from excellence to super-excellence level; how they apply the most advanced technology of international specification and management concepts to real enterprise routine operations to make top-ranking operations support system, is the critical factor to enhance core-competitiveness of the enterprise. The paper here focuses on the specifics of telecommunication-enterprises 'converged' services in the situation of telecommunication industry restructure in China, analyses the competition environment of group customer services market, investigates the critical factor limiting China Mobile from running its group customer services market and finally maps the targets and directions of group customer service support system construction.

The paper adopts the model theory of ETOM , through analyzing different process modules of ETOM model and combining the writer's personal long-working experience in China Mobile, into research of functional modules of Group Customer Services support system, and advises that the construction of support system of group customer service should cover four areas, Group Service activation, Group Service assurance, construction of Comprehensive Network Management system and construction of comprehensive resources, to build a whole process operation support system including group customer market exploration, maintenance and operation.

After studying eTOM theory model, the paper explains practical problems in Converged services operation using descriptive method, revealed contradiction between current system and business practice, and give implementation proposals for constructing all functional modules needed in a complete group customer support system, based on theory model and logic analysis.

Key words: Telecommunications Restructuring; Converged service; Group Customer; eTOM

厦门大学博硕士论文摘要库

目 录

| | |
|-----------------------------|-----------|
| 第一章 绪论 | 1 |
| 第一节 选题背景 | 1 |
| 第二节 研究内容和方法 | 3 |
| 第二章 建设集团客户支撑体系的理论综述 | 5 |
| 第一节 eTOM 模型 | 5 |
| 第二节 ITIL | 10 |
| 第三节 NGOSS | 13 |
| 第三章 建设集团客户支撑体系的背景分析 | 16 |
| 第一节 中国电信业重组情况 | 17 |
| 第二节 各运营商在全业务环境下的竞争策略 | 20 |
| 第三节 全业务竞争对现有支撑系统的影响 | 23 |
| 第四章 集团客户支撑体系结构 | 26 |
| 第一节 集团客户的定义及分析 | 26 |
| 第二节 集团客户在电信运营中的地位和作用 | 30 |
| 第三节 集团客户支撑体系构成 | 33 |
| 第五章 中国移动集团客户支撑体系现状分析 | 36 |
| 第一节 总体情况分析 | 36 |
| 第二节 集团客户的服务开通流程分析 | 38 |
| 第三节 集团客户的服务保障流程分析 | 41 |
| 第四节 网络资源管理情况分析 | 43 |
| 第五节 综合网络管理分析 | 45 |
| 第六节 运营支持和条件准备分析 | 46 |

| | |
|-----------------------------|----|
| 第六章 构建适应全业务竞争的集团客户支撑体系..... | 49 |
| 第一节 重构集团客户支撑体系的意义和目标..... | 49 |
| 第二节 集团客户支撑体系建设的内容..... | 51 |
| 第三节 服务开通模块建设..... | 52 |
| 第四节 服务保障模块建设..... | 55 |
| 第五节 综合网管系统建设..... | 59 |
| 第六节 综合资源系统建设..... | 65 |
| 第七节 集团客户支撑体系的实现和演进..... | 68 |
| 第七章 总结 | 72 |
| 参考文献 | 73 |
| 致 谢 | 75 |

Contents

| | |
|--|-----------|
| Chapter 1 Introduction..... | 1 |
| 1.1 Question Proposes..... | 1 |
| 1.2 Research Content And Method..... | 3 |
| Chapter 2 Group Customer Support System Theory | |
| Summary | 5 |
| 2.1 Etom Model..... | 5 |
| 2.2 Itil | 10 |
| 2.3 Ngoss | 13 |
| Chapter 3 Background Analysis For Constructing Group | |
| Customer Services Support System..... | 16 |
| 3.1 China Telecom Industry Restructure..... | 17 |
| 3.2 Competing Strategy Of Operators In Converged Services..... | 20 |
| 3.3 Affects Of Converged Service On Current Support System..... | 23 |
| Chapter 4 Group Customer Support System Structure..... | 26 |
| 4.1 Definition And Analysis Of Group Customer..... | 26 |
| 4.2 Position And Function Of Group Customer In Telecom Operation.... | 30 |
| 4.3 Composition Of Group Customer Support System..... | 33 |
| Chapter 5 Current Situation Analysis Of Cmcc Group | |
| Customer..... | 36 |
| 5.1 General Condition Analysis..... | 36 |
| 5.2 Group Customer Service Activation Process Analysis..... | 38 |
| 5.3 Group Customer Service Assurance Process Analysis..... | 41 |
| 5.4 Network Resources Management Analysis..... | 43 |
| 5.5 Comprehensive Network Management Analysis..... | 45 |
| 5.6 Operation Support And Preparation Analysis..... | 46 |

| | |
|--|-----------|
| Chapter 6 Construct Group Customer Support System | |
| Compatible To Converged Service..... | 49 |
| 6.1 Significations And Objectives Of The Reconstruction Of Group Customer | |
| Support System..... | 49 |
| 6.2content Of Group Customer Support System..... | 51 |
| 6.3 Construction Of Service Activation Module..... | 52 |
| 6.4 Construction Of Service Assurance Module..... | 55 |
| 6.5 Construction Of Comprehensive Network Management System..... | 59 |
| 6.6 Construction Of Comprehensive Resources System..... | 65 |
| 6.7 Implementation And Evolution Of Group Customer Support System ... | 68 |
| Chapter 7 Conclusion..... | 72 |
| References Documentation..... | 73 |
| Acknowledgments..... | 75 |

第一章 绪论

第一节 选题背景

2008年5月24日，工业和信息化部、国家发展和改革委员会、财政部联合发布《关于深化电信体制改革的通告》，通告指出“深化电信体制改革的主要目的是发放三张3G牌照，支持形成三家拥有全国性网络资源、实力与规模相对接近、具有全业务经营能力和较强竞争力的市场竞争主体，电信资源配置进一步优化，竞争架构得到完善”。随着新一轮电信重组的逐步完成，国内形成了中国移动、中国电信和中国联通三足鼎立的格局，同时标志着各运营商已经具备固话、移动、宽带的全业务运营资质。

电信重组后各运营商在不同的业务领域都拥有自己的优势，基于原来网络分布的不同，各运营商的主要用户群体也有着明显差异，中国电信主要面对的是家庭、集团客户，中国移动主要的优势领域是个人用户，中国联通的用户群体则包含了个人、家庭、集团客户三种。无论三家电信运营商优势领域如何不同，但集团客户在电信运营商中始终占据了重要的地位，中国移动2007年年报显示，截至2007年底，其集团客户总数达212万家，纳入集团客户管理的个人用户占总用户数的29.2%，而对于中国电信和中国联通而言，集团客户所占收入和用户比例更高，这些充分说明集团客户是未来企业领跑、收入增长的蓝海，是未来各运营商竞争的重中之重，保有现有集团客户并大力进行新集团客户的拓展是各电信运营商未来进行全业务竞争的重点，因此本论文选择集团客户领域作为研究范围。

2009年1月，3G牌照正式发放，三大运营商都具备了3G牌照和全业务运营的资质，全业务时代的竞争随之拉开了序幕，三家运营商在各领域展开激烈的竞争，而集团客户必然是竞争的焦点。在全业务背景下，产品种类不断增加，而集团客户与个人客户有着明显的区别，其产品种类繁多，以集团客户的信息类产品为例，其分为了专线应用、ADC应用、MAS应用、行业应用、IDC应用等集团信息化应用，每个应用根据市场需要开发出不同的产品，如：商信通、校信通、农信通、气象通、银信通、警务通等。由于集团产品数量繁多，

集团客户的产品管理、服务方式呈现综合性、复杂性和特殊性，远远超过了个人的服务方式，这对集团客户支撑体系提出了很高的要求，其支撑体系几乎涵盖了所有的个人业务的运营支撑，具有非常典型的研究意义。

由于集团客户在运营商中的重要地位，集团客户的产品具有综合性和复杂性，集团客户的服务具有特殊性和全程性的特点，明显区别于大众客户，因此对其进行支撑和管理直接体现了各个运营商的管理水平和管理能力，实现售前售中售后的全过程支撑，建设卓越的集团客户业务运营支撑体系对运营商取得在集团客户市场的成功至关重要，因此集团客户支撑体系建设具有非常重要的意义。

重组后，中国移动根据竞争形势，制定了未来的总体市场战略，主要包括：个人客户市场是核心根据地；家庭客户市场主要作为竞争扰动手段发展；集团客户市场则是全业务运营基地。中国移动在业务领域主要不足体现在宽带互联网、集团信息化方面，在客户群体方面则在集团客户群体上最为薄弱。由于集团客户在中国移动的客户群体中占据着举足轻重的位置，因此，中国移动在集团客户保有和拓展方面，采取了加强集团客户推广力度的“小集团做大”策略和实现新业务深度捆绑的“大集团做深”策略。在集团客户扩张方面，主要包括对集团客户进行市场细分和进一步明确拓展目标和重点并进行分层分级管理；在关键资源等准备方面，主要包括宽带接入资源储备和集团整体解决方案储备等；在集团客户支撑体系建设上，公司对现有的 IT 支撑系统实施改造，构建全业务背景下的集团客户支撑体系，适应全业务背景下的竞争需要。

在全业务背景下，集团客户既是中国移动开拓市场的“蓝海”，又是防御固网运营商进攻公众市场的“第一道防线”，因此建设集团客户支撑体系是实现中国移动战略目标的必要条件，通过集团客户支撑体系的建设，能够实现对移动特色的信息化产品保持既有的网络优势，对同质化集团产品提供超越竞争对手的服务水平，进一步提升集团客户服务满意度，稳定和发展集团客户核心市场。集团客户支撑体系的建设，关系到中国移动全业务竞争成败的关键，因此本文选择了在全业务背景下的中国移动集团客户支撑体系建设作为研究的主要方向，分析在电信重组后中国移动集团客户的支撑现状，根据增强电信运营图（enhancedTelecomOperationMap 简称 eTOM）模型研究集团客户支撑体系的建

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士论文摘要库